

る最新鋭の自社工場を 注目を集めている。 備えるとともに、協力 同商品は、フミン鹿 料の10倍の空孔をも に伸ばすことに成功し す」と話す。

## ユーザーフラッシュ

製麺メーカーの狩野ジャパン(長崎県大村市)は、新たな需要を取り込むこと「スープちゃんぽん」という新たなジャンルを確立した。流行に敏感な若年女性をターゲットに、パッケージにはスタイリッシュな縦型の紙器を採用するなど付加価値の高い製品提案を行っており、新製品投入が今後市場にどのような影響を与えるか注目されるところだ。

調理方法は簡単で、マグカップやスプーンにちゃんぽんを一つ投入し、上からお湯を注いでかき混ぜるだけ。カフェでお茶をするように、本格的なちゃんぽんを気軽に楽しむことができ、自宅などでも活躍しそうだ。

今年2月に発売した新製品「スープちゃんぽん」がそれ。独自開発のちゃんぽんと食材をフリーで、マグカップやスプーンにちゃんぽんを一つ投入し、上からお湯を注いでかき混ぜるだけ。カフェでお茶をするように、本格的なちゃんぽんを気軽に楽しむことができ、自宅などでも活躍しそうだ。

パッケージデザインにもこだわり抜いた。コアターゲットである若年女性の目に留まるよう、外装にはスタイリッシュな縦型の紙器を採用している。ロゴデザインや色味、ニス引きで浮き上がったハートのイラストなど女性心をくすぐる

ような仕掛けが随所に散りばめられており、洋菓子や化粧品のパッケージと見ま

## 狩野ジャパン

# 新ジャンルで需要拡大 スタイリッシュな縦型紙器採用

随所に女性心をくすぐる仕掛けが



順番に現れる仕組みで、個包装した袋の上から味別に赤、橙、黄の帯び掛け包装を施している。

開発のきっかけとなったのは、「ちゃんぽんをもっと気軽に楽しめたら良いの」という大学生の声。というのも、ちゃんぽんを作る場合、さまざまな食材を組み合わせて調理しなければならず、40〜50代の主婦が主な購買層となっている。そのため、同社では市場に「スープちゃんぽん」という新たなジャンルを確立することでより幅広い層の需要を取り

込み、売り上げの底上げを図れるのではと考えた。製品化に当たっては、社内の女性スタッフや外部の意見を取り入れて、約1年の開発期間を経て完成させた。現在、同商品は長崎県内にある駅や空港の売店など5カ所で販売を行っている。同社・経営企画本部課長の狩野一也氏は「まずは当社を知らない人、普段ちゃんぽんを食べない人に知ってもらい、今後『長崎の新名物』として定着させていければ」としている。



狩野一也課長

今年2月に発売した新製品「スープちゃんぽん」がそれ。独自開発のちゃんぽんと食材をフリー

パッケージデザインにもこだわり抜いた。コアターゲットである若年女性の目に留まるよう、外装にはスタイリッシュな縦型の紙器を採用している。ロゴデザインや色味、ニス引きで浮き上がったハートのイラストなど女性心をくすぐる

出ずとちゃんぽんが

難しい形でも、尖ロッドでも独自の技術と